

FAKTOR - FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MAHASISWA TATA RIAS UNIVERSITAS NEGERI SURABAYA PADA PROFESI MUA

Chika Wahyu Bintari Putri

Program Studi S1 Pendidikan Tata Rias, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Surabaya

chika.20072@mhs.unesa.ac.id

Dindy Sinta Megasari, Nia Kusianti, Biyan Yesi Wilujeng

Program Studi S1 Pendidikan Tata Rias, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Surabaya

dindymegasari@unesa.ac.id

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor - faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa tata rias Universitas Negeri Surabaya pada profesi *Make Up Artist* dan untuk mengetahui faktor yang paling dominan yang mempengaruhi minat mahasiswa tata rias Universitas Negeri Surabaya pada profesi *Make Up Artist*. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini antara lain variabel Bebas, yang terdiri dari: faktor sosial, factor pribadi, faktor psikologis dan faktor inteligensi. Variabel terikat dari penelitian ini adalah minat mahasiswa tata rias UNESA terhadap Profesi *Make Up Artist*. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode *Principal Component Analysis*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat empat faktor utama yang memengaruhi minat mahasiswa Program Studi Tata Rias Universitas Negeri Surabaya pada profesi *Make Up Artist*, yaitu faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologis, dan faktor inteligensi. Keempat faktor tersebut saling berhubungan dan memberikan kontribusi secara simultan terhadap pembentukan minat mahasiswa. Faktor pribadi diketahui sebagai faktor yang paling dominan dalam memengaruhi minat mahasiswa Tata Rias UNESA pada profesi *Make Up Artist* dengan nilai kontribusi sebesar 81,863%. Mahasiswa yang memiliki ketertarikan pribadi atau *passion* di bidang tata rias menunjukkan kecenderungan lebih besar untuk mempertimbangkan profesi *Make Up Artist* sebagai pilihan karir mereka.

Kata Kunci : minat mahasiswa, *make up artist*

Abstract

The purpose of this study was to determine the factors influencing the interest of makeup students at Surabaya State University in choosing the profession of makeup artist and to determine the most dominant factor influencing their interest. This study employed a quantitative approach with an associative approach. The independent variables included social factors, personal factors, psychological factors, and intelligence. The dependent variable was the interest of UNESA makeup students in the profession of makeup artist. Data analysis used the Principal Component Analysis method. The results showed that four main factors influenced the interest of makeup students at Surabaya State University in the makeup artist profession: social factors, personal factors, psychological factors, and intelligence factors. These four factors were interconnected and simultaneously contributed to the formation of student interest. Personal factors were identified as the most dominant factor influencing UNESA makeup students' interest in the profession of makeup artist, contributing 81.863%. Students who have a personal interest or passion in the field of make-up show a greater tendency to consider the profession of Make Up Artist as their career choice.

Keywords: *interest of students, makeup artist*

PENDAHULUAN

Tata rias wajah atau yang sering disebut *makeup*, merupakan bagian dari rutinitas masyarakat khususnya wanita. Wanita menjadikan *makeup* sebagai kebutuhan untuk mempercantik diri, bahkan mereka kurang percaya diri saat tidak menggunakan *makeup* pada acara apapun. Pada zaman dahulu, jika seseorang ingin merias wajah, mereka akan datang ke salon meskipun salon tersebut jauh tempatnya. Seiring berjalannya waktu dan canggihnya teknologi, sekarang jika seseorang ingin

merias wajah, mereka cukup menghubungi *Make Up Artist (MUA)* sesuai yang mereka inginkan melewati berbagai sosial media seperti *WhatsApp, Facebook, Instagram, Twitter*, dan masih banyak lagi.

Profesi *Make Up Artist (MUA)* banyak diminati mulai dari anak kecil hingga dewasa. Banyak Wanita lebih memilih menjadi seorang *Make Up Artist (MUA), beauty vlogger, beauty consultant, beauty influencer, online shop* produk kecantikan, membuka klinik kecantikan, dan membuka kursus kecantikan tanpa

memenuhi syarat seperti memiliki pengalaman dan pendidikan khusus yang mumpuni di bidang tersebut.

Seperti halnya menjadi *Make Up Artist*, menjadi *beauty vlogger* dan *beauty influencer* tidak mudah. Banyak proses yang harus dilalui seperti harus konsisten dalam membuat konten. Contohnya konten *youtube*, *instagram*, *tiktok*, dan lain sebagainya. Konten yang dibuat pun harus jujur seperti *review* sebuah produk kecantikan. Seorang *beauty vlogger* maupun *beauty influencer* harus memberikan dampak positif bagi setiap orang yang melihat mereka. Seseorang yang menjadi *beauty consultant* bertugas membantu konsumen memilih produk yang akan dibeli. Contohnya seorang konsumen memiliki kulit wajah berminyak, seorang *beauty consultant* harus pintar dan bisa membantu memilihkan produk kecantikan mana yang cocok untuk jenis kulit wajah konsumen tersebut. Begitu juga seorang penjual *online* produk kecantikan, mereka juga harus mengetahui manfaat produk yang mereka jual, agar bisa memberi tahu produk apa yang akan diberikan pada konsumen.

Banyak mahasiswa yang akhirnya lebih memilih menjadi *Make Up Artist (MUA)*. Hal ini karena mereka mempertimbangkan untungnya menjadi *Make Up Artist (MUA)*, namun banyak juga yang tidak mempertimbangkan kekurangannya. Akibatnya, alih-alih menjadi seorang *Make Up Artist (MUA)*, mereka malah tidak memiliki pekerjaan sesuai *passion* nya. Berdasarkan latar belakang di atas, penulis termotivasi untuk membahas apa saja yang menjadi faktor yang mempengaruhi mahasiswa tata rias untuk lebih memilih profesi *Make Up Artist (MUA)*.

METODE

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini antara lain variabel Bebas, yang terdiri dari: factor sosial, faktor pribadi, faktor psikologis dan factor inteligensi. Variabel terikat dari penelitian ini adalah minat mahasiswa tata rias UNESA pada Profesi *Make Up Artist*.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *simple random sampling* (pengambilan sampel acak sederhana). Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket (kuesioner). Skala pengukuran yang digunakan adalah skala *Likert*. Dalam penelitian ini, data dikumpulkan dengan menggunakan angket (kuesioner) yang disebarakan secara daring (*online*) melalui *Google Form* kepada responden. Teknik ini dipilih karena efisien, praktis, dan mampu menjangkau responden dalam jumlah besar tanpa batasan waktu dan tempat. Analisis data dalam

penelitian ini menggunakan metode *Principal Component Analysis*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis data dilakukan dengan metode *Principal Component Analysis (PCA)* untuk mengetahui seberapa besar proporsi varians dari setiap faktor (X1–X4) yang dapat dijelaskan oleh indikator-indikator penyusunnya. Setiap variabel dianalisis secara terpisah karena masing-masing memiliki kelompok indikator yang berbeda. Hasil *PCA* ditampilkan dalam tabel **Total Variance Explained** yang menunjukkan nilai *eigenvalue* dan persentase varians yang dijelaskan.

Tabel 1 Hasil Analisis PCA Faktor Sosial (Total Variance Explained)

Total Variance Explained					
Comp onent	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings	
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance
1	3,179	79,484	79,484	3,179	79,484
2	,297	7,421	86,905		
3	,270	6,745	93,650		
4	,254	6,350	100,000		

Hasil *PCA* menunjukkan bahwa faktor sosial mampu menjelaskan **79,484%** dari total keragaman data. Hal ini menandakan bahwa seluruh item pada faktor sosial berkontribusi besar dan homogen dalam menjelaskan faktor yang sama, sehingga dapat disimpulkan bahwa indikator sosial bersifat **konsisten dan representatif** dalam membentuk variabel factor sosial.

Tabel 2. Hasil Analisis PCA Faktor Pribadi (Total Variance Explained)

Total Variance Explained					
Comp onent	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings	
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance
1	4,098	45,534	45,534	4,098	45,534
2	3,270	36,329	81,863	3,270	36,329
3	,317	3,527	85,390		
4	,298	3,308	88,697		
5	,276	3,068	91,765		
6	,237	2,636	94,401		
7	,199	2,211	96,612		
8	,159	1,770	98,382		
9	,146	1,618	100,000		

Faktor pribadi memiliki total varians yang dijelaskan sebesar **81,863%**, menunjukkan bahwa seluruh indikator dalam variabel ini memberikan kontribusi besar terhadap pembentukan faktor pribadi. Nilai ini termasuk kategori **sangat tinggi**, yang berarti respon mahasiswa terhadap item-item faktor pribadi cenderung konsisten dan terfokus pada satu dimensi konstruk yang sama.

Tabel 3. Hasil Analisis PCA Faktor Psikologis (Total Variance Explained)

Total Variance Explained					
Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings	
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance
1	2,366	59,147	59,147	2,366	59,147
2	,992	24,809	83,956		
3	,398	9,949	93,905		
4	,244	6,095	100,000		

Faktor psikologis memiliki kemampuan menjelaskan **59,147%** dari total keragaman data. Meskipun persentase ini lebih rendah dibandingkan faktor lainnya, nilai tersebut masih berada dalam kategori **cukup baik**, yang berarti indikator-indikator dalam faktor psikologis tetap memiliki kekuatan yang cukup untuk mewakili konstruksinya.

Tabel 4. Hasil Analisis PCA Faktor Inteligensi (Total Variance Explained)

Total Variance Explained					
Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings	
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance
1	2,829	35,366	35,366	2,829	35,366
2	2,401	30,009	65,375	2,401	30,009
3	1,080	13,502	78,877	1,080	13,502
4	,640	8,002	86,879		
5	,363	4,534	91,413		
6	,259	3,234	94,647		
7	,243	3,037	97,684		
8	,185	2,316	100,000		

Hasil *PCA* menunjukkan bahwa factor inteligensi mampu menjelaskan **78,874% dari total varians data**, yang berarti hampir seluruh informasi dalam indikator sudah terwakili oleh konstruk ini. Dengan demikian, faktor inteligensi memiliki struktur yang **kuat dan stabil**, serta relevan dalam menjelaskan minat mahasiswa terhadap profesi *Make Up Artist (MUA)*.

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Tata Rias Universitas Negeri Surabaya terhadap Profesi MUA

Faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa Program Studi Tata Rias di Universitas Negeri Surabaya (UNESA) terhadap profesi *Make Up Artist (MUA)* dapat digolongkan menjadi factor internal dan eksternal. Secara internal, mahasiswa yang memiliki ketertarikan pribadi atau *passion* di bidang tata rias menunjukkan kecenderungan lebih besar untuk mempertimbangkan profesi *MUA* sebagai pilihan karir. Penelitian oleh Safira et al. (2021) menunjukkan bahwa aspek kemampuan, pengetahuan, dan keterampilan menjadi salah satu faktor utama dalam konteks *MUA*. Di sisi eksternal, lingkungan sosial seperti keluarga, teman sebaya, tren media sosial, dan peluang kerja juga mempengaruhi minat tersebut misalnya penelitian oleh

Oktarina (2025) yang menunjukkan bahwa media sosial berperan penting dalam meningkatkan minat belajar tata rias di UNESA. Faktor lingkungan pendidikan juga berkontribusi, khususnya ketika mahasiswa memperoleh pengalaman praktik, dukungan dosen, atau fasilitas yang memadai. Dengan demikian, kombinasi antara faktor pribadi (internal) dan lingkungan (eksternal) bekerja bersama dalam membentuk minat mahasiswa.

Lebih lanjut, aspek perkembangan industry kecantikan turut menjadi latar yang memperkuat factor eksternal. Industri make up dan tata rias yang tumbuh pesat mendorong mahasiswa melihat profesi *MUA* sebagai peluang karir yang menarik dan potensial. Misalnya, dalam penelitian Salsabila et al. (2024) terhadap alumni D3 Tata Rias, ditemukan bahwa perubahan tren dan potensi pasar menjadi factor pendorong keberhasilan *MUA*. Di konteks UNESA, mahasiswa menyadari bahwa profesi *MUA* bukan hanya membutuhkan kompetensi teknis, tetapi juga kemampuan beradaptasi terhadap perubahan tren, penguasaan media sosial, dan *personal branding*. Faktor pendidikan pun memainkan peran penting, karena pemahaman teori, praktik laboratorium, dan kegiatan ekstrakurikuler mendukung pembentukan minat. Hal ini diperkuat oleh penelitian Gesture (2019) yang menemukan hubungan positif antara mata kuliah Tata Rias dan Busana dengan kewirausahaan jasa *MUA*. Karena itu, dapat dikatakan bahwa lingkungan, baik pendidikan formal maupun industri, menjadi unsur yang tidak bisa diabaikan dalam menumbuhkan minat mahasiswa.

Faktor psikologis juga ikut mempengaruhi minat mahasiswa dalam memilih profesi *MUA*. Keyakinan diri bahwa mereka mampu bersaing, motivasi untuk mengekspresikan kreativitas, dan orientasi terhadap prestasi merupakan bagian dari faktor psikologis tersebut. Penelitian oleh Lestari dan Usodoningtyas (2025) menunjukkan bahwa *self-efficacy* dan dukungan keluarga berkontribusi signifikan terhadap minat mahasiswa untuk berwirausaha di bidang kecantikan. Dalam konteks UNESA, mahasiswa yang memperoleh umpan balik positif, prestasi dalam kompetisi tata rias, atau pengalaman praktik yang berhasil memiliki tingkat keyakinan lebih tinggi untuk memilih *MUA* sebagai profesi. Selain itu, motivasi pribadi seperti keinginan memperoleh penghasilan sendiri atau membuka usaha sendiri turut memperkuat factor psikologis ini. Dengan demikian, aspek psikologis berperan sebagai jembatan antara kemampuan (*skill*) dan keputusan untuk menekuni profesi *MUA* secara *professional*.

Secara praktis, penggabungan semua factor tersebut menunjukkan bahwa minat mahasiswa terhadap profesi *MUA* bukanlah akibat satu factor tunggal,

melainkan hasil interaksi beberapa faktor secara simultan. Mahasiswa dengan kemampuan Teknik yang kuat namun tanpa dukungan lingkungan atau motivasi yang tinggi mungkin kurang berminat atau kurang yakin memilih profesi *MUA* secara serius. Sebaliknya, mahasiswa dengan lingkungan yang mendukung dan motivasi tinggi, namun keterampilan yang lemah juga menghadapi tantangan dalam pengembangan karier. Hal ini sejalan dengan temuan Santoso dan Oetomo (2017) yang menyatakan bahwa minat berwirausaha merupakan hasil kombinasi antara faktor personal, lingkungan sosial, dan kompetensi individu. Selain itu, Nurjanah (2018) menegaskan bahwa pengembangan minat profesi sangat dipengaruhi oleh pengalaman belajar yang komprehensif serta dukungan dari lingkungan akademik. Dengan demikian, institusi pendidikan seperti UNESA perlu mengintegrasikan penguatan kemampuan teknis, peningkatan motivasi, dan penciptaan lingkungan pembelajaran yang kondusif secara simultan untuk mendorong minat mahasiswa memilih profesi *MUA*.

Faktor yang Paling Dominan yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Tata Rias Universitas Negeri Surabaya terhadap Profesi MUA

Berdasarkan hasil analisis komponen utama (*Principal Component Analysis*), diperoleh bahwa faktor pribadi merupakan faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi minat mahasiswa Tata Rias Universitas Negeri Surabaya terhadap profesi *MUA*. Faktor pribadi mampu menjelaskan 81,863% dari total keragaman data, menunjukkan bahwa hampir seluruh variasi minat mahasiswa dapat dijelaskan oleh faktor pribadi mereka. Faktor pribadi atau *passion* di bidang tata rias menunjukkan kecenderungan lebih besar untuk mempertimbangkan profesi *MUA* sebagai pilihan karir.

Dominasi faktor pribadi juga mencerminkan peran penting minat bakat pribadi merupakan landasan moral pribadi siswa dalam berani mengambil Keputusan untuk memilih karir yang akan ditempuhnya sesuai kompetensi diri masing-masing. Hasil penelitian ini secara umum juga merujuk pada sebuah teori bimbingan karir yaitu teori Holland dalam Asri, Yusuf, dan Afdal (2021) yang menyatakan bahwa individu cenderung memilih lingkungan kerja yang sesuai dengan tipe kepribadiannya. Hal ini menunjukkan bahwa minat dan bakat pribadi merupakan faktor internal yang kuat dalam mempengaruhi pemilihan karir. Dengan demikian, semakin tinggi keinginan pribadi yang dimiliki mahasiswa, semakin besar pula kecenderungan mereka untuk memilih profesi *MUA* sebagai jalur karir.

Selain inteligensi, faktor psikologis seperti motivasi dan persepsi terhadap profesi *MUA* juga turut memperkuat dominasi faktor tersebut. Mahasiswa yang

percaya diri dengan kemampuan rias dan memiliki keyakinan bahwa profesi *MUA* dapat memberikan penghasilan menjanjikan akan lebih termotivasi untuk menekuninya. Hasil ini sejalan dengan penelitian Salsabila et al. (2024) yang menegaskan pentingnya konsistensi, evaluasi diri, dan mental yang kuat bagi seorang *MUA* untuk bertahan di industri yang kompetitif. Penelitian Dalimunthe (2020) juga menunjukkan bahwa minat seseorang dalam bidang estetika sangat dipengaruhi oleh keyakinan terhadap kemampuan diri dan persepsi akan peluang masa depan. Oleh karena itu, kemampuan dan keyakinan diri saling berkaitan erat sebagai fondasi psikologis yang memperkuat dominasi faktor inteligensi terhadap minat mahasiswa Tata Rias UNESA dalam memilih profesi *MUA*.

Berdasarkan keseluruhan hasil penelitian dan temuan relevan, dapat disimpulkan bahwa faktor pribadi menjadi faktor paling dominan karena memiliki hubungan langsung dengan aspek minat mahasiswa. Mahasiswa yang memiliki ketertarikan pribadi atau *passion* di bidang tata rias menunjukkan kecenderungan lebih besar untuk mempertimbangkan profesi *MUA* sebagai pilihan karir mereka.

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis faktor dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa terdapat empat faktor utama yang memengaruhi minat mahasiswa Program Studi Tata Rias Universitas Negeri Surabaya terhadap profesi *Make Up Artist (MUA)*, yaitu faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologis, dan faktor inteligensi. Keempat faktor tersebut saling berhubungan dan memberikan kontribusi secara simultan terhadap pembentukan minat mahasiswa, di mana faktor pribadi dan inteligensi menunjukkan nilai kontribusi tertinggi dibanding faktor lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa kecintaan terhadap dunia tata rias, kemampuan teknis, serta dukungan sosial menjadi unsur penting dalam mendorong mahasiswa memilih profesi *MUA* sebagai karir masa depan.

Faktor pribadi diketahui sebagai faktor yang paling dominan dalam memengaruhi minat mahasiswa Tata Rias UNESA terhadap profesi *MUA* dengan nilai kontribusi sebesar 81,863%. Mahasiswa yang memiliki ketertarikan pribadi atau *passion* di bidang tata rias menunjukkan kecenderungan lebih besar untuk mempertimbangkan profesi *MUA* sebagai pilihan karir mereka.

Saran

Penelitian ini hanya berfokus pada mahasiswa Program Studi Tata Rias Universitas Negeri Surabaya, sehingga penelitian selanjutnya disarankan memperluas populasi dan sampel dengan melibatkan mahasiswa dari

universitas lain atau alumni yang sudah berkarier sebagai MUA agar hasilnya lebih general dan representatif.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis faktor (PCA), sehingga belum menggali makna mendalam dari pengalaman subjektif mahasiswa. Oleh karena itu, penelitian berikutnya dapat mengembangkan pendekatan *mixed methods* atau kualitatif agar diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor pembentuk minat berprofesi sebagai MUA.

DAFTAR PUSTAKA

- Asri, R., Yusuf, A. M., & Afdal, A. (2021). Peningkatan Kematangan Karir Siswa Dengan Teori *Holland*. *SCHOULID: Indonesian Journal of School Counseling*, 6(2), 121-132.
- Awaliyana, Rakhmawati. (2016). Kepuasan Pelanggan Terhadap Hasil Tata Rias *Make Up Artist* Pria dan *Make Up Artist* Wanita di Semarang. (diakses pada 3 Desember 2022).
- Dalimunthe, I. M. (2020). Minat Mahasiswa dalam Memilih Profesi di Bidang Estetika dan Kecantikan. Universitas Negeri Medan. <https://repository.unimed.ac.id/id/eprint/4134>
- Deri, Erri Nugraha., dkk. (2016). Niat Berwirausaha di Kalangan Mahasiswa. *E-journal*, 5(2), 985-1013.
- Elita, Johana D, S. (2018). Hubungan Pengembangan Karier dengan Kinerja *Make Up Artist* (Studi Kasus Perusahaan Kosmetik di DKI Jakarta). (diakses pada 2 Desember 2022).
- Febri, Pandansari. (2016). Daya Tarik Klien *Make Up Artist* dengan Pengguna Melalui Promosi Media Instagram. (diakses pada 2 Desember 2022).
- Fikri, Chairul. (2019). Profesi *Makeup Artist* Kerap Diminati Generasi Milenial. (diakses tanggal 9 Desember 2022).
- Gustiyana, A. M., Komala, Z., & Salsabilla, S. P. (2024). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kesuksesan Karier Aliya *Makeup Artist* di Bandar Lampung dalam Menjalankan Usaha di Bidang Jasa *Makeup*. *Jurnal Tata Rias Indonesia*, 12(1), 45–57. <https://garuda.kemdikbud.go.id/documents/detail/4109634>.
- Merieska, P. (2017). Passion Berwirausaha pada Pengusaha Muda. *E-Journal Pendidikan dan Kewirausahaan*, 3(1), 13–24. <https://ejournal.upi.edu/index.php/ejp/article/download/11314/6807>
- Mujiati, D. W., et al. (2020). Instagram: Integrated Marketing Communication (IMC) sebagai Strategi Penjualan bagi *Makeup Artist* (MUA). *Jurnal Komunikasi dan Bisnis Digital*, 4(2), 211–224. <https://garuda.kemdikbud.go.id/documents/detail/1845441>
- Novilda, Ilmiana. (2021). Media Sosial Sebagai Sarana Promosi *Make Up* Pada Nova *Makeover* Lamongan. (diakses pada 2 Desember 2022).
- Nurjanah, S. (2018). Passion dengan Komitmen Profesi. *Skripsi*. Universitas Muhammadiyah Malang. <https://eprints.umm.ac.id/51265/>
- Nur S, Aninda. (2021). Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Kesuksesan *Make Up Artist* (MUA) Hits di Indonesia Dalam Menjalankan Usaha di Bidang Jasa *Makeup*. Universitas Negeri Surabaya. (diakses pada 8 Desember 2022).
- Safira, A. N., Dwiyanti, S., Megasari, D. S., & Puspitorini, A. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kesuksesan *Makeup Artist* (MUA) Hits di Indonesia dalam Menjalankan Usaha di Bidang Jasa *Makeup*. *Jurnal Tata Rias UNESA*, 10(2), 165–176. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jurnal-tata-rias/article/download/42445/36494/68431>
- Salsabila, S., Supiani, T., & Nursetiawati, S. (2024). Analisis *Makeup Artist* dalam Perkembangan *Beauty Industry* pada Alumni D3 Tata Rias. *Jurnal Akademik Makeup (JAM)*, 2(5), 781–813. <https://e-journal.naurendigiton.com/index.php/jam/article/download/1567/632/3010>
- Santoso, S., & Oetomo, B. S. D. (2017). Pengaruh Karakteristik Psikologis, Sikap Berwirausaha, dan Norma Subjektif terhadap Niat Berwirausaha. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 20(3), 338–352. <https://garuda.kemdikbud.go.id/documents/detail/1868248>
- Simbolon, Naeklan. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Minat Belajar Peserta Didik. (diakses pada 7 Desember 2022).
- Slameto. (2010). Belajar dan Faktor - Faktor yang mempengaruhi. Jakarta Rineka Cipta.
- Utami, Sukma. (2018). Skripsi Pengaruh Lingkungan Sekolah Terhadap Pembentukan Karakter Anak pada Mata Pelajaran PKn di SDN No.77 Kanaeng Kecamatan Galesong Selatan Kabupaten Takalar.